
PBB (PUTU BLANK-BLENK) (PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA KULINER TRADISIONAL KUE PUTU)

Asep Supriyatna
STIE Multi Data Palembang
Jurusan Manajemen
e-mail: a.supriyatna56@yahoo.com

Abstrak

PBB (Putu Blank-Blenk) merupakan pendirian usaha di bidang kuliner yang menawarkan makanan berupa inovasi dari kue putu bambu. Keunggulan dari PBB adalah warna terdiri dari hijau, coklat dan kuning, rasa terdiri dari original isi gula merah, keju dan coklat, PBB juga menawarkan taburan atau topping yang terdiri dari serutan kelapa, keju dan coklat, serta memiliki dua ukuran, yaitu ukuran normal panjang 4,5cm dengan lingkaran 11cm dan ukuran besar panjang 6,5cm dengan lingkaran 15cm. Kemasan PBB dapat disusun menjadi rantang lengkap dengan pegangan, sehingga tidak memerlukan kantong plastik yang secara langsung bersifat go green.

Abstract

PBB (Putu Blank Blenk) was a founder of culinary bussiness which was offering the food in form of Bamboo Putu creation. The superiority of PBB was the colour various. They were green, chocolate, and yellow. The flavors were also various. They were original flavor from palm sugar, cheese, and chocolate. PBB was also offering some kinds of topping, such as coconut, cheese, and chocolate. The cake also had two kinds of size. First, the normal size, it was about 4,5 cm with the diameter about 11 cm. The other size was the big one. It was about 6,5 cm with the diameter about 15 cm. The packaging of PBB was also creative. They made it as a food container with the holding, it didn't need any plastic bag. So, this packaging also could support Go Green programs.

Keywords—1-3 Putu Blank-Blenk, Kue putu, Inovasi

1. PENDAHULUAN

Bisnis bidang kuliner merupakan salah satu bidang bisnis yang memiliki prospek atau peluang untuk berwirausaha yang bagus, akan tetapi perkembangan dunia kuliner Indonesia saat ini yang dibanjiri oleh makanan-makanan dari luar (Westernisasi), perlahan mengikis kuliner tradisional yang dapat mengancam kelestarian kuliner tradisional itu sendiri. demi melestarikan kuliner tradisional agar tidak hilang di tenggelamkan tren kuliner luar, muncul lah inisiatif untuk mengekspose makanan tradisional kue putu.

Visi, Misi, Manfaat dan Tujuan

a. Visi

Putu Blank-Blenk menjadi makanan tradisional yang digemari oleh setiap kalangan masyarakat Palembang.

b. Misi

1. Menyajikan makanan ringan yang lezat dan unik.
2. Terus mengembangkan dan melakukan inovasi pada produk.
3. Terus mengembangkan dan melakukan inovasi pada kegiatan promosi.
4. Menjaga kualitas dan rasa produk.
5. Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Manfaat

1. Bermanfaat untuk menghilangkan keram, karena *selenium* pada gula merah membuatnya mampu membantu menghilangkan keram dan nyeri saat datang bulan pada wanita.
2. Bermanfaat untuk menjaga kekuatan dan kesehatan gigi, karna kandungan kalsium yang tinggi pada keju.
3. Bermanfaat untuk membantu mencegah kangker, karna keju mengandung konjugasi asam *linoleic* dan *sphingolipid*.
4. Bermanfaat Sebagai antioksidan yang baik bagi tubuh, karna coklat mengandung *flavanoid*.

d. Tujuan Usaha

1. Melestarikan kuliner tradisional indonesia.
2. Sebagai inspirasi bagi kuliner tradisional indonesia yang lain agar melakukan inovasi.
3. Menjadi sasaran destinasi kuliner favorit.
4. Dapat menarik perhatian wisatawan, baik domestik maupun internasional di bidang kuliner.

2. GAMBARAN USAHA

Kue putu merupakan salah satu makanan khas indonesia, terbuat dari tepung beras yang di isi dengan gula jawa di masukkan dalam tabung bamdung, di kukus selama beberapa menit, selanjutnya angkat kue putu, kluarkan dari tabung bambu, tambahkan taburan parutan kelapa dan gula pasir dan dijual pada saat matahari terbenam hingga larut malam. Suara uap yang khas keluar dari alat suitan ini, menjadi alat promosi untuk pedagang yang berjualan kue putu bambu. Kebanyakan warna dari kue putu ini adalah hijau dan putih.

PBB (Putu Blank-Blenk) merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner tradisional yang menjual kue putu bambu, pemilihan jenis kue putu bambu karena kue putu bambu merupakan jenis kue putu yang lebih dikenal dan lebih dahulu muncul sebelum kue putu jenis lainnya di kenal. Untuk brandnya sendiri yaitu Putu Blank-Blenk atau PBB, kata Putu Blank-Blenk di ambil dari, putu mencerminkan produknya yaitu kue putu, untuk blank-blenk kata dasarnya adalah belang yang menurut kamus besar bahasa Indonesia berarti warna yang lebih dari semacam, ini sesuai dengan produk PBB yang mempunyai tiga varian warna, perubahan belang ke blank itu sendiri untuk membuat kesan moderen dan unik pada brand, sedangkan blenk sebagai kata pelengkap yang di asumsikan pengulangan kata awal yaitu blank-blenk.

PBB adalah kue putu bambu dengan bahan pokoknya tepung beras. Topping/taburan di bagian atas yang ditawarkan ada beberapa macam, mulai dari topping original yaitu gula pasir dan kelapa parut, coklat dan susu serta keju dan susu. Begitu juga varian warna dan rasa, warna hijau dengan isi gula merah, warna coklat dengan isi coklat dan kuning muda dengan isi keju.

PBB di produksi saat terdapat permintaan atau pesanan, PBB di sajikan dalam keadaan hangat agar mendapatkan cita rasa yang lebih baik saat menikmatinya, harga yang saya tawarkan hanya Rp 10.000 Rupiah per paket, yang terdiri dari 3 kue putu ukuran normal dan 2 kue putu ukuran besar, yang di kemas dalam kotak yang unik berbahan karton duplex, serta di lengkapi dengan logo PBB, kotak dapat disusun menjadi rantang lengkap dengan pegangannya, sehingga kotak tidak memerlukan kantong plastik yang secara langsung bersifat *go green*.

Bagian dalam kotak terdapat daun pisang sebagai alas, khas tradisional kue putu juga

berusaha dijaga, mulai dari media bambu untuk mengukus, hingga suara khas kue putu yang saya sajikan dalam tampilan MP3 yang terkesan modern lengkap dengan gerobak keren yang tampilan lebih berwarna dan ceria. Penjualan yang digunakan yaitu dengan menjual secara langsung dan tunai.

Outlet yang dipergunakan di sini berbentuk gerobak, hanya saja dengan tampilan yang lebih modern dengan warna cerah, juga dilengkapi logo timbul (3D) berbahan *acrylic*. Warna yang di gunakan pada gerobak akan di dominasi oleh warna hijau sebagai cerminan warna produk kue putu original pada umumnya. Selain itu, warna hijau juga mencerminkan penggunaan bahan alami dan sehat.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi geografis Putu Blank-Bleg (PBB) berada di Kota Palembang, tepatnya di Mall Palembang Square. Segmentasi demografis yang ditetapkan pada usaha ini adalah jenis kelamin pria maupun wanita dari usia demografis anak-anak umur lima tahun, dewasa dan umur enam puluh empat tahun ke atas. Dari sisi kelas sosial, PBB membidik masyarakat yang memiliki pendapatan menengah ke atas. Pada usaha PBB segmentasi psikografis terutama berorientasi pada budaya tradisional karena kue putu merupakan makanan yang dikenal sejak lama. PBB memiliki keinginan untuk menjalankan kegiatan usaha di mall agar dapat membidik konsumen yang mempunyai gaya hidup pergi ke mall sebagai tempat berbagai aktivitas, mulai dari belanja, bertemu rekan kerja, berkumpul dengan keluarga atau hanya mengisi waktu luang. Segmentasi perilaku yang di tetapkan pada usaha PBB ini menurut status loyalitas yang tidak ada hingga status loyalitas yang kuat terhadap makanan tradisional dengan modernisasi produk. Kue putu merupakan segmentasi status loyalitas yang kuat karena kue putu ada sejak dahulu serta dikenal oleh konsumen, baik terhadap rasa dan bentuknya, khususnya kue putu bambu. Ini merupakan keuntungan bagi usaha PBB yang akan di jalankan, Karena *image* kue putu sendiri sudah berada baik pada masyarakat.

b. Target Pasar

Target utama adalah pengunjung Palembang Square. Dari data manajemen Palembang Square, per hari kunjungan di Palembang Square sekitar 36.000 orang (website.sumsel.tribunnews.com/2015/02/12). Kami menargetkan pria maupun wanita dari anak-anak hingga dewasa, pada kelas ekonomi menengah ke atas, yang bertindak sebagai pengunjung mall maupun para karyawan mall serta pemilik *tenant*.

c. Positioning

PBB menawarkan produk yang memiliki varian rasa yaitu kue putu original, kue putu coklat dan kue putu keju, topping/taburan di bagian atas yang ditawarkan ada beberapa macam, mulai dari topping original yaitu gula pasir dan kelapa parut, coklat dan susu serta keju dan susu.

Produk yang disajikan mempunyai dua ukuran, yaitu ukuran normal dan besar, untuk ukuran normal mempunyai panjang $\pm 4,5$ cm dan lingkaran ± 11 cm, untuk ukuran besar mempunyai panjang $\pm 6,5$ cm dan lingkaran ± 15 cm.

PBB mempunyai tiga varian rasa dan warna yaitu warna hijau dengan isi gula merah ini merupakan produk original, warna kuning dengan isi keju, dan warna coklat dengan isi coklat. Topping/taburan di bagian atas yang ditawarkan ada beberapa macam, mulai dari topping original yaitu gula pasir dan kelapa parut, coklat dan susu serta keju dan susu. Selain akan melakukan inovasi pada varian rasa dan warna produknya, PBB juga akan melakukan inovasi terhadap kemasan.

kemas dalam kotak yang unik berbahan karton duplex, serta di lengkapi dengan

logo PBB, kotak dapat disusun menjadi rantang lengkap dengan pegangannya, sehingga kotak tidak memerlukan kantong plastik yang secara langsung bersifat *go green*.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

a. Perkiraan Permintaan

Tabel berikut merupakan proyeksi permintaan potensial yang belum dilayani oleh pesaing 3 tahun mendatang dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata Indonesia periode 2009-2013 mencapai angka rata-rata 5,9% per tahun.

Tabel 1 Proyeksi Permintaan PBB 3 Tahun Mendatang

| Tahun | Hari | Bulan | Tahun |
|-------|-------|--------|---------|
| 2016 | 1.180 | 35.400 | 424.800 |
| 2017 | 1.250 | 37.500 | 450.000 |
| 2018 | 1.324 | 39.720 | 476.640 |

b. Perkiraan Penawaran

Tabel di bawah ini merupakan proyeksi penawaran 3 tahun mendatang dengan asumsi kenaikan sebesar 5,9% per tahun.

Tabel 2 Proyeksi Penawaran PBB 3 Tahun Mendatang

| Tahun | Hari | Bulan | Tahun |
|-------|------|--------|----------------------|
| 2016 | 620 | 18.600 | 223.200 <i>paket</i> |
| 2017 | 656 | 19.680 | 236.160 <i>paket</i> |
| 2018 | 695 | 20.850 | 250.200 <i>paket</i> |

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Kenaikan permintaan pasar tiap tahunnya di asumsikan akan naik sebesar 5,9%. Penawaran rencana penjualan usaha PBB di asumsikan akan naik sebesar 5,9% setiap tahunnya.

Tabel 3 Estimasi Rencana Produksi Penjualan dari Tahun 2016 Sampai 2018

| Tahun | permintaan | penawaran | Peluang A-B | Rencana Penjualan | Market share |
|-------|------------|-----------|-------------|-------------------|--------------|
| 2016 | 424.800 | 223.200 | 201.600 | 32.256 | 16% |
| 2017 | 450.000 | 236.160 | 213.840 | 35.284 | 16.5% |
| 2018 | 476.640 | 250.200 | 226.440 | 38.495 | 17% |

3.4 Analisis SWOT

Strength

1. Harga Lebih Terjangkau

Harga produk yang kami tawarkan berkisar 10.000 saja per paket. Ini merupakan harga yang murah jika dibanding yang dijual pesaing jauh yang berada di mall Palembang Square.

2. Lokasi Strategis

Lokasi penjualan yang berada di PS Mall merupakan mall dengan total pengunjung per hari yang paling banyak jika dibandingkan dengan mall yang ada di Palembang.

3. Rasa yang enak, unik dan mengandung gizi

PBB sangat memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan dalam pembuatan PBB, sehingga produk yang dihasilkan rasanya enak dan unik, selain itu mengandung gizi, aman bagi kesehatan, tanpa adanya bahan pengawet. Hal ini berkaitan dengan modernisasi makanan tradisional yang mempunyai kesan baru,

dengan tampilan, rasa, serta penyajiannya.

4. Dapat disukai oleh semua kalangan.

Kue putu merupakan salah satu jenis makanan ringan yang disukai oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang dewasa.

5. Harganya terjangkau oleh semua kalangan

PBB merupakan makanan ringan yang terjangkau harganya sehingga setiap orang yang berkunjung ke PS mall mampu membelinya.

Weakness

1. Harga sewa yang tinggi

Harga sewa lokasi operasional *PBB* terbilang cukup tinggi. Tingginya biaya sewa ini akan berdampak pada biaya operasional yang kemudian akan berdampak pada harga produk yang ditawarkan. Solusinya adalah dengan terus meningkatkan penjualan sehingga harga sewa nantinya tidak lagi menjadi masalah.

2. Tidak tahan lama

karena tidak menggunakan bahan pengawet kue ini tidak dapat bertahan lama.

Opportunity

PBB ini berkualitas baik dan harganya relative murah dan banyak digemari masyarakat sehingga peluang masyarakat untuk membeli kue ini juga besar, selain itu jumlah pengunjung Palembang Square yang banayak juga merupakan peluang yang besar bagi PBB.

Threat

Ancaman yang mungkin terjadi dalam menjalankan usaha ini adalah muncul pesaing baru yang menjual produk sejenis atau substitusi sehingga harus mengantisipasinya dengan terus meningkatkan kualitas dan inovasi kue.

3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.5.1 *Product*

Produk Putu Blank-Blenk merupakan produk makanan yang terbuat dari tepung beras yang di olah dengan air rebusan daun pandan sebagai aroma, rasa dan warna hijau pada kue putu. Selanjutnya disajikan dengan campuran kelapa parut dan gula merah.

Makanan ini sangat nikmat dan cara membuatnyaapun tidak terlalu sulit. PPB sendiri merupakan pruduk sejenis namun di kemas dengan inovasi baru yang lebih menyegarkan, memudahkan serta menarik, mulai dari varian warna hingga rasa yang terkesan modern, penambahan rasa coklat dan keju akan memanjakan para penggemar makanan ringan tradisional dengan kesan modern.



Gambar 1 Kue Putu Original



Gambar 2 Kue Putu Coklat



Gambar 3 Kue Putu Keju

1. Logo



Gambar 4 Logo PBB

Arti Logo (*BRAND*)

- WARNA HIJAU yang mendominasi logo menggambarkan bahan alami yang digunakan pada produk PBB
- Tulisan PUTU BLANK BLENK merupakan brand serta WARNA HIJAU KUNING DAN COKLAT merupakan warna produk PBB
- LATAR BELAKANG DAUN PISANG merupakan ciri khas kue putu tradisional yang biasa di bungkus dengan daun pisang
- MASKOT yang menyerupai kue putu itu sendiri, dengan topi yang di anggap taburan parutan kelapa pada kue putu tradisional

2. Kemasan

Kemasan kotak yang unik berbahan karton duplex, serta di lengkapi dengan logo PBB, kotak dapat disusun menjadi rantang lengkap dengan pegangannya, sehingga kotak tidak memerlukan kantong plastik yang secara langsung bersifat *go green*, di bagian dalam terdapat daun pisang sebagai alas.



Gambar 5 Kotak Kemasan PBB

3.5.2 Harga (*Price*)

Produk PBB ditawarkan dengan harga yang bersaing, harga per paket produk dijual dengan harga Rp 10.000.

3.5.3 Promosi (*Promotion*)

a. Advertising (*Periklanan*)

Pemasaran dengan media cetak yang dilakukan PBB adalah melalui benner di outlet dengan ukuran 60 cm x 160 cm, berbahan *flexy / frontlite* tebal. Menghalau para pengunjung mall yang melalui outlet PBB. Pada gambar menunjukkan gambar benner PBB dengan konsep pengenalan logo, pengenalan tiga varian produk, yang terdiri dari kue putu original, kue putu coklat dan kue putu keju dengan topingnya masing-masing, tak lupa tagline dari produknya, yaitu “Selera Tradisional Nusantara”



Gambar 6 Benner PBB

b. Sales Promotion (Promosi Penjualan)

PBB juga akan mempromosikan produknya melalui cara penawaran seperti memberikan tester dan promosi melalui media social dan media *chat* seperti *Blackberry Messenger* dan lain-lain. Upaya tersebut di harapkan dapat mendorong munculnya strategi *Words of Mouth (WOM)*. Cara pemasaran ini lebih di tujukan pada segmen pasar anak muda hingga remaja, mengingat pengguna BBM dan media sosial lebih di dominasi oleh kalangan anak muda dan remaja

c. Personal Selling (Penjualan Personal)

Penjualan personal yang dapat dipergunakan oleh PBB sebagai media promosi adalah melalui promosi secara pribadi oleh pemilik (*owner*) yang dapat langsung menjual kepada keluarga, teman, dan orang-orang yang dekat dengannya.

d. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Public relation yang dilakukan oleh PBB berbentuk tanggapan setiap komentar yang ada di media sosial, berupa tanggapan oleh konsumen terhadap produk PBB sendiri. tanggapan tersebut diharapkan dapat memberikan konsumen pandangan bahwa pihak PBB berusaha menjalin hubungan komunikasi yang baik kepada semua konsumen.

e. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang baik.

3.5.4 *Placement*

Pemilihan lokasi usaha PBB beralamat di Mall Palembang Square Jl. Pom IX, Palembang, lantai dasar, dekat dengan tangga eskalator, di barisan yang sama dengan Rumah Coklat dan Pondok Coklat, serta tepat di samping Amanda Brownis, pemilihan lokasi tersebut dikarenakan mall merupakan

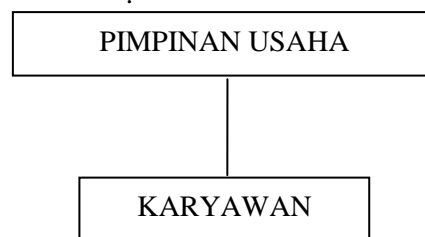
pusat keramaian dengan berbagai aktifitas, mulai dari belanja, bertemu rekan kerja, berkumpul dengan keluarga, atau hanya mengisi waktu luang.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Nama usaha : Putu Blank-Blenk (PBB)
 Jenis usaha : Makanan ringan
 Nama pemilik : Asep Supriyatna
 Alamat tempat usaha : Palembang Square, Jalan POM IX
 (Jalan Angkatan 45), Palembang,
 Sumatera Selatan 30137

Struktur Organisasi :



Gambar 7 Struktur Organisasi PBB

4.2 Perijinan

Sebelum memasarkan produk makanan ke masyarakat, terlebih dahulu melakukan pengurusan perizinan. sebelum perizinan ada, rencana pengurusan perizinan kedepannya adalah izin produk ke B POM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) untuk regulasi, standarisasi, dan sertifikasi produk PBB. Selanjutnya pengurusan perizinan usaha swasta yang berbentuk usaha perorangan, perijinan yang dibutuhkan hanya SITU (Surat izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). SITU dan SIUP ini harus diproses di Kantor pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Palembang.

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 4 Kegiatan Pra Operasi PBB dan Jangka Waktu Pelaksanaan

| NO | KEGIATAN | BULAN 1 | | | | BULAN 2 | | | |
|----|-----------------------------|---------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Survey pasar | X | | | | | | | |
| 2 | Menyusun rencana usaha | X | | | | | | | |
| 3 | Survey pesaing | X | | | | | | | |
| 4 | Persiapan tempat usaha | | X | | | | | | |
| 5 | Perizinan | | X | X | X | | | | |
| 6 | Rekrutmen karyawan | | | X | X | | | | |
| 7 | Training karyawan | | | | | X | | | |
| 8 | Uji coba produksi | | | | | X | X | | |
| 9 | Pemasangan sarana penunjang | | | | | | | X | |
| 10 | Promosi | | | | | | X | X | X |

kegiatan operasional Berdasarkan table bulan pertama dan ke dua adalah

1. Survey untuk mengetahui banyaknya permintaan kue putu tradisional. Setelahnya owner akan menyusun rencana usaha.

2. Survey tempat usaha di dalam kawasan Palembang Square yang di damping oleh staf pemasaran Palembang Square. Selanjutnya memulai perizinan.
3. Perizinan serta memulai proses rekrutmen karyawan.
4. Perizinan dan proses rekrutmen karyawan
5. Training karyawan dari proses rekrutmen, training terbagi dua, yaitu training standar pelayanan dan pembuatan produk sekaligus uji coba produksi.
6. Melakukan uji coba produksi serta memulai proses promosi melalui media social dan sarana promosi lainnya.
7. Secara *continue* melakukan promosi dan melakukan pemasangan sarana penunjang.
8. Fokus pada promosi dengan mengenalkan produk PBB ke calon konsumen di pangsa pasar yang telah di tentukan, agar lebih dikenali konsumen.

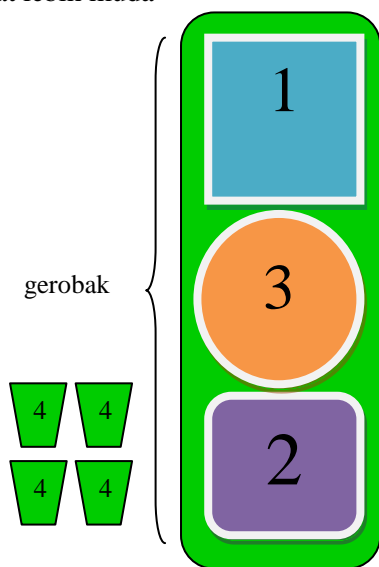
5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

pemilihan lokasi usaha yang di pilih bertempat di Jalan POM IX (Jalan Angkatan 45), Palembang, Sumatera Selatan 30137, Palembang Square.

5.2 Rencana Tata Letak

Rencana tata letak pada usaha PBB akan dilengkapi dengan menggunakan *outlet* berbentuk gerobak sehingga konsumen bisa lebih mengenal PBB dan proses penjualan dapat lebih muda



Gambar 8 Desain *Layout* PBB

1. merupakan tempat mengukus PBB
2. merupakan daerah kasir sebadai tempat transaksi
3. merupakan tempat bahan baku
4. merupakan kursi yang disediakan untuk konsumen yang menunggu proses produksi produk



Gambar 9 Outlet/gerobak PBB

5.3 Proses Produksi / Gambaran Teknologi

PBB merupakan suatu bisnis retail yang menjual langsung produk ke tangan konsumen. PBB juga memiliki orientasi bisnis jasa, karena penyediaan jasa *customize* sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

PBB membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu dalam proses memproduksi produknya, yaitu tepung beras sebagai bahan baku utama. Selanjutnya PBB harus memperhitungkan kebutuhan modal kerja dengan melihat harga modal, bahan baku yang tersedia dan persediaan.

5.5 Tenaga Produksi

PBB hanya memperkerjakan satu tenaga kerja karena usaha PBB masi usah kecil menengah. pekerjaan dilakukan oleh *owner* dan satu karyawan yang telah memiliki tugas masing-masing.

5.6 Mesin dan Peralatannya

Dalam proses produksi PBB menggunakan mesin khusus yang di tempa untuk mengukus kue putu. Semua produk dikerjakan secara *handmade*. PBB menggunakan peralatan kompor, laptop, printer, bambu dan lainnya untuk membantu proses pengerjaan.

5.7 Tanah, Gedung, dan Perlengkapannya

PBB direncanakan akan dibuka di Mall Palembang Square, sehingga tidak memerlukan perencanaan tanah. PBB direncanakan menyewa salah satu lokasi yang kosong di lantai dasar, Mall Palembang Square. Untuk perencanaan gedung dan fasilitas lainnya seperti tempat parkir tidak perlu dikhawatirkan karena PBB berlokasi di wilayah Mall, sehingga untuk pengelolaan gedung dan tempat parkir akan dikelola oleh pihak Mall.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Dalam menjalankan sebuah usaha modal merupakan faktor penting. Sumber permodalan PBB 100% berasal dari modal sendiri sebesar Rp 247.737.000,-

6.2 Kebutuhan Pembiayaan / Modal Investasi

Modal investasi merupakan modal yang dikeluarkan pada awal usaha dan digunakan untuk jangka panjang berjumlah Rp 17.541.000,-. Modal kerja merupakan modal yang dikeluarkan untuk kegiatan sehari-hari dan digunakan untuk keputusan keuangan jangka pendek berjumlah Rp 10.483.000,-. Biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh PBB selama 1 bulan berjumlah Rp 8.700.000,-.

6.3 Analisa Kelayakan Usaha

Alat analisis yang dapat digunakan adalah *Pay Back Period* (PBP), *Net Present Value* (NPV), dan *Internal Rate of Return* (IRR).

6.3.1 Payback Period

Tabel 5 Estimasi Akumulasi Kas Masuk PBB

| Bulan | Nilai Investasi | Arus Kas Bersih | Akumulasi Kas Masuk |
|-------|-----------------|-----------------|---------------------|
| 0 | (247.737.000) | | (247.737.000) |
| 1 | | 184.596.430 | (63.140.570) |
| 2 | | 232.495.563 | 169.354.993 |
| 3 | | 284.227.828 | 453.582.821 |

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Arus Kas}}$$

$$= \frac{169.354.993 \times 12}{232.495.563}$$

$$= 10.02$$

8.7 pembulatan sebulan= 9 bulan

Maka *Payback Period* PBB adalah 1 tahun 9 bulan.

6.3.2 Net Present Value

Tingkat bunga yang di pakai berdasarkan BI Rate sebesar 7,5%.

$$NPV = \sum_{t=0}^n \left[\frac{CF}{(1+K)^n} \right]$$

Tabel 6 Hasil Perhitungan NPV

| No | Kas bersih | DF 7,5% | PV kas bersih |
|---------------------|-------------|-----------------|---------------|
| 1 | 184.596.430 | 0,930 | 171.674.679 |
| 2 | 232.495.563 | 0,865 | 201.108.662 |
| 3 | 284.227.828 | 0,805 | 228.803.401 |
| Total | | | 601.586.742 |
| Total PV kas bersih | | 601.586.742 | |
| Total investasi | | 247.737.000 (-) | |
| NPV = | | 353.849.742 | |

Nilai NPV di atas positif yaitu sebesar Rp 353.849.742,- maka usulan investasi usaha PBB layak untuk dijalankan.

6.3.3 Internal of Return

IRR berguna sebagai perhitungan untuk mendapatkan YTM (*yield to maturity*) atau imbal hasil saat jatuh tempo dari uang yang telah diinvestasikan.

Tabel 7 Perhitungan IRR Discount Factor

| Tahun | Kas Bersih | DF (60%) | PV Kas Bersih | DF (70%) | PV Kas Bersih |
|-------|---------------|----------|---------------|----------|---------------|
| 0 | (247.547.000) | 1 | (247.547.000) | 1 | (247.547.000) |
| 1 | 205.696.501 | 0.6250 | 115.372.769 | 0.5883 | 108.586.135 |
| 2 | 254.847.391 | 0.3906 | 90.818.579 | 0.3460 | 80.448.292 |
| 3 | 307.894.678 | 0.2441 | 69.391.560 | 0.2035 | 57.852.194 |
| | | | 27.845.908 | | (-850.379) |

Pada tabel di atas perhitungan IRR nilai *Discount Factor* sebesar 60% dan 70%.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

$$= \frac{60\% + 27.845.908}{27.845.908 - (-850.379)} \times (70\% - 60\%)$$

$$= 70\%$$

Besar IRR PBB adalah 70% menunjukkan bahwa IRR lebih besar dari *BI Rate* dan bunga investasi lainnya sehingga dinyatakan bahwa investasi PBB dapat diterima.

6.4 Analisa Keuntungan

Berikut BEP dalam unit dan rupiah pada PBB:

$$B.Variabel\ Perunit = TVC/Q$$

$$BEP\ dalam\ Unit = \frac{Biaya\ Tetap}{Harga\ Jual\ per\ unit - Biaya\ Variabel\ per\ unit}$$

$$BEP\ dalam\ Rupiah = \frac{Biaya\ Tetap}{(1 - \frac{VC}{Penjualan})}$$

$$BEP = \frac{Biaya\ tetap}{Harga\ jual\ per\ satuan - Biaya\ variabel\ per\ satuan}$$

Untuk mencapai titik impas BEP, PBB harus menjual produk PBB sebanyak 60.106 paket atau sama dengan Rp 601.058.016 pada tahun pertama. Pada tahun ke dua 56.721 paket atau sama dengan Rp 623.926.244. Pada tahun ke ketiga 54.250 paket atau sama dengan Rp 650.994.131.

6.5 Laporan Keuangan

Laporan suatu usaha sangat diperlukan agar pihak berkepentingan seperti pemilik, *manager* atau kreditor dapat mengetahui perkembangan dari kondisi keuangan usaha tersebut.

Tabel 8 Laporan Laba/Rugi PBB Tahun 1, 2, dan 3

| Komponen L/R | Tahun 1 | Tahun 2 | Tahun 3 |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Total Penjualan | Rp 324.000.000 | Rp 380.160.000 | Rp 440.640.000 |
| Harga Pokok penjualan | Rp 125.796.000 | Rp 133.217.964 | Rp 141.077.824 |
| Laba kotor operasi | Rp 198.204.000 | Rp 246.942.036 | Rp 299.562.176 |
| Biaya Operasi | | | |
| Biaya gaji | Rp 38.400.000 | Rp 38.400.000 | Rp 38.400.000 |
| Biaya sewa | Rp 54.000.000 | Rp 54.000.000 | Rp 54.000.000 |
| Biaya listrik/air | Rp 12.000.000 | Rp 12.000.000 | Rp 12.000.000 |
| Biaya perlengkapan | Rp 17.541.000 | Rp 17.541.000 | Rp 17.541.000 |
| Total biaya operasi | Rp 121.941.000 | Rp 121.941.000 | Rp 121.941.000 |
| Laba Kotor | Rp 76.263.000 | Rp 125.001.036 | Rp 177.621.176 |
| Penyusutan | Rp 5.847.000 | Rp 5.847.000 | Rp 5.847.000 |
| E.B.T | Rp 70.416.000 | Rp 119.154.036 | Rp 171.774.176 |
| Pajak 1% | Rp 3.240.000 | Rp 3.801.600 | Rp 4.406.400 |
| E.A.T | Rp 67.176.000 | Rp 115.352.436 | Rp 167.367.776 |

Tabel 9 Laporan Perubahan Modal PBB 2016

| Putu Blank-Blenk Laporan Perubahan Modal Per 31 Desember 2016 | |
|---|-----------------------|
| Modal Awal 2016 | Rp 247.737.000 |
| Laba Bersih 2016 | Rp 67.176.000 |
| Modal Akhir 2016 | Rp 314.913.000 |

Tabel 10 Laporan Neraca PBB 2016

| Aktiva | | Pasiva | |
|----------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Kas | Rp 179.664.000 | Modal | Rp 314.913.000 |
| Persediaan | Rp 125.796.000 | | |
| Total Aktiva Lancar | Rp 198.819.000 | | |
| | | | |
| Perlengkapan | Rp 15.300.000 | | |
| Akumulasi penyusutan | Rp 5.847.000 | | |
| Total Aktiva Tetap | Rp 9.453.000 | | |
| | | | |
| Total Aktiva | Rp 314.913.000 | Total Pasiva | Rp 314.913.000 |

DAFTAR PUSTAKA

Anonim 2013, *Prosedur Pembuatan SITU (Surat Izin Tempat Usaha)*, Diakses pada 11 Februari 2015, dari <http://maradao8128.blogspot.com/>

Anonim 2015, *Data BI Rate*, Diakses pada 11 Juni 2015, <http://www.bi.go.id>

Anonim 2012, *Data Industri Pertumbuhan Makanan dan Minuman*. Diakses pada 10 Maret 2015, dari <http://www.kamenperin.go.id/>

Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta

Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2007, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.

Kotler Philip 2008, *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.